

风险传播视角下转基因生物科技 及产品传播障碍及对策

金 艳, 沈继斯

(华中农业大学 文法学院, 湖北 武汉 430070)



摘 要 转基因生物技术的研究与开发渐成规模,但其实际传播过程中障碍重重,传播效果既不能令科学家满意,更不能令公众信服,更加有效地进行转基因生物科技传播,迫在眉睫。采用问卷调查、深度访谈的方法获取数据,从风险传播视角出发,分析转基因生物科技及产品的传播在社会环境和传播要素各方面存在的障碍及其原因。针对性地提出加强转基因生物科技及产品传播效果的建议:增强传播主体的公信力,建立专门的交流平台;提供客观充分易于受众理解的传播信息;发挥新媒体的开放互动优势,形成传播合力;与受众进行平等沟通,重视受众反馈。

关键词 转基因; 生物科技及产品; 风险传播; 传播障碍

中图分类号: G 206 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2014)04-0127-07

1983 年转基因烟草在美国问世,1993 年第一种转基因食物“延熟型蕃茄”在美国诞生并开始商业化种植,自此,转基因生物技术发展迅猛,转基因作物产业化渐成规模。我国一直高度重视转基因生物技术的研发与应用,在国家相关科技计划的支持下,在重要基因发掘、转基因新品种培育及产业化应用等方面都取得了重大成就。目前,转基因生物技术及其产品的传播遭遇诸多障碍,科学家与公众的态度差异较大,传播效果既不能令科学家满意,更不能令公众信服。作为新兴科学技术,转基因生物科技及产品是否存在风险尚需要时间和实践的检验,因此,相关信息传播应该被纳入风险传播的视野来研究。风险传播关注的是媒体对具有风险的公共事件或社会现象的敏感程度、判断能力以及传播功能等,它要求媒体在进行风险信息传递的过程中注重不同利益主体之间的互动。转基因生物科技及产品传播的目的在于有效地发布研发信息,这既是科技传播的必然需求,也是公众关注科技发展的应有途径。对于媒体而言,形成有效传播的途径在于媒体就转基因生物科技为政府、科研人员、普通公众搭建有效的信息交流和沟通平台,从而形成良好的社会互动。因此,认识其传播过程中存在的障碍,实行有效传播,

对转基因生物科技的发展与公众知情权的保障都具有重要意义。本文采用问卷调查、深度访谈的方法,对湖北、陕西、河南、上海等地公众对转基因生物科技及产品的认知、态度及信息获取渠道展开调查,从风险传播的视角分析转基因生物科技及产品的传播在社会环境和传播要素各方面存在的障碍及其原因,并在此基础上有针对性地提出有效进行转基因生物科技及产品传播的建议。

一、文献回顾

国内对转基因生物科技传播的研究成果主要集中在以下几个方面:一是公众对转基因生物科技及产品的认知与态度方面。胡浩等通过对南京市的超市消费者进行调查,发现公众对转基因食品的认知程度还很低,对相关信息了解较多的消费者占 23.7%,较少的占 47.9%,完全不了解的占 28.4%。对转基因食品安全评价,态度不明确,34.0% 费者认为安全,21.2% 的消费者认为不安全,44.8% 的消费者表示不知道^[1]。彭光芒等采用控制实验的方法,随机选取 200 名大一新生,进行关于转基因食品信息对个人态度和行为的影响研究,结果表明,信息的态度倾向能显著引起被试态度和行为的改变,而信

收稿日期:2013-06-23

基金项目:中央高校基本科研业务经费项目“环境群体性事件网络舆论与新闻媒体舆论互动机制研究”(2662012SC43)。

作者简介:金 艳(1969-),女,副教授,博士;研究方向:传播社会学、语言及应用语言学等。E-mail:1208105065@qq.com

息提供者的身份在改变被试的态度和行为方面的影响并不突出^[2]。二是转基因生物科技及产品信息传播渠道的研究。张楠对河北邢台和湖北武汉 2 个地区的公众调查显示,大众传播媒介是公众获得信息的主要渠道,其中电视、报纸和网络在公众获得信息渠道中所占的比例最大,人际传播、新媒介等其他非大众传播媒介在公众获得信息的渠道中所占的比例较小^[3]。吕瑞超对转基因食品不同传播渠道的可信度进行研究发现,转基因技术专家在转基因食品信息推广中具有较大说服力;单方面信息能够有效引起受众情感和认知的变化;总体上受众对大众媒介可信度评价整体水平偏低;不同的主体在信息传播过程中,地位和作用也是不同^[4]。三是转基因食品传播推广的障碍研究。马小平分别从中国传统文化、流行环保文化、食品文化等 3 个方面说明了文化对转基因食品传播所造成的障碍性影响^[5]。贾鹤鹏分析了大部分媒体和公众对转基因技术持保留态度的原因,认为除了缺乏转基因知识外,科学家与公众沟通不足,传播技巧的缺乏,驾驭新闻的能力不足,而大众传媒长期的负面报道也是造成当前困境的主要因素。加强转基因生物科技及产品的准确传播已经成为当务之急,不仅要加强科学家和科学机构的传播能力建设,提高传媒的科学素养,建立科学界与大众传媒的沟通,更要注重科学家与公众之间的对话^[6]。

同时,当代社会已进入社会学家乌尔里希·贝克所言的“风险社会”。转基因生物科技及产品作为科技发展的结果,“风险”本是其题中应有之意,其信息的传播过程也是一种风险传播。已有学者对风险传播做了相关研究。Biocca 对风险传播的特点做了相关的概括,认为风险传播是一门科学,是一种权利,它需要一定条件的组织和推动,并且必须保证各个利益主体都能交流观点,并表达自己的选择^[7]。Vincent 等指出风险传播的 7 项原则,即接受公众作为一个合法的伙伴;认真规划和评估性能;倾听公众的声音;要诚实、坦率和开放;与其他可靠的来源信任和合作;满足媒体需要;讲清楚,专业性术语和行语是传播的一大障碍^[8]。方雪琴探讨了公众通过新兴媒体平台参与风险传播的过程,突显了公众的监测与沟通作用,但同时也可能导致风险转化成现实的危机^[9]。

从已有研究成果看,学者们从宏观层面和微观

层面对转基因信息传播障碍有一定程度的研究,但就微观层面而言,目前对相关信息传播障碍的深入分析尚不够充分,多是从受众认知和传播渠道方面进行论述,缺乏对其信息传播过程中各要素及环节的整体把握。

二、调查基本情况

1. 问卷设计及样本特征

(1) 问卷设计。传播学界通常将拉斯韦尔关于传播过程中“5W”要素的概括表述为传播主体、传播内容、传播媒介、传播受众和传播效果。对湖北、陕西、河南、上海等地公众对转基因生物科技及产品的认知、态度及信息获取渠道展开调查和访谈。调查问卷包括被调查者基本信息与问卷主体两部分,其中基本信息涉及被调查者的性别、年龄、文化程度、职业、家庭月收入和专业,问卷主体部分围绕传播的五要素展开,将调查内容设计为受众对转基因生物科技及产品的认知和态度;转基因相关信息的传播内容及传播渠道;相关部门对转基因信息传播的监管以及受众对监管的评价等等。

(2) 样本特征。问卷在湖北省发 5 000 份,回收 4 808 份,有效问卷 4 710 份;在陕西、河南、上海等地发放问卷共 2 000 份,回收 1 710 份,有效问卷 1 590 份。共计获得有效问卷 6 300 份,有效问卷率 90%。调查样本性别比例持衡;年龄阶段主要集中在 18~44 岁;受教育程度偏高,有 52.8% 拥有大专或本科以上的学历;家庭月收入普遍在 5 000 元以下,所占比例为 80.1%。样本特征见表 1。

2. 调查结果描述性分析

调查的结果可以概括如下:其一,就对转基因的认知而言,绝大部分受众对于转基因生物科技及产品的知晓度比较高,尤其是对转基因食品,如大豆油、水稻、玉米等比较熟知,但认知程度仍处于较低层次;其二,就公众对转基因的评价而言,肯定、否定的评价都存在,有的认为转基因技术可以提高作物产量,也有的认为转基因技术可能导致物种变异,进而危害健康;其三,就对转基因产品尤其是食品的态度而言,公众的主要态度是保持中立和处于观望;其四,就获取信息的渠道而言,公众主要通过互联网、电视和报纸了解转基因相关信息;其五,就对转基因食品安全监管方面的评价而言,公众对政府监管力度的评价不高,认为政府在监管环节上存在缺

表1 样本特征

样本分类	样本	占比/%
性别	男	49.5
	女	50.5
年龄	18岁以下	7.5
	18~44岁	62.8
	45~59岁	19.6
	60岁及以上	10.1
教育	初中及以下	14.4
	高中(含高职)	19.3
	大专、本科	52.8
	研究生及以上	13.4
职业	农民	10.1
	政府机关、事业单位职工	18.2
	企业单位职工	21.6
	自由职业者	6.2
	学生	35.0
	其他	8.9
家庭月收入/元	3 000以下	40.4
	[3 000,5 000)	39.8
	[5 000,10 000)	16.2
	10 000以上	3.6

续表2

问题	回答选项	占比/%
是否听说过转基因技术	听说过	81.2
	没听说过	18.8
您是通过什么渠道了解到转基因的	广播	7.1
	电视	25.7
	互联网	21.9
	报纸	17.5
	书刊杂志	14.4
	他人介绍	7.3
您认为目前我国政府对转基因生物风险的监管有力吗	有关社会组织	4.4
	其他	1.8
目前您是否支持转基因食品	支持	21.5
	中立	57.0
	反对	21.5
	非常有力	2.5
您认为目前我国政府对转基因生物风险的监管有力吗	比较有力	15.7
	一般	34.3
	不得力	18.5
	完全缺失	8.1
	不清楚	20.8

失。调查基本情况见表2。

三、转基因生物科技及产品传播的障碍及原因分析

风险传播需要多元的、民主的、参与式的沟通和交流,然而,转基因生物科技及产品的传播尚未形成多方的积极参与与良性互动。究其原因,主要存在以下几个方面的障碍。

1. 来自传播主体的障碍

(1)大众媒体的公信力缺乏。公众对大众媒体关于转基因的报道持怀疑态度。关于“对当前大多数媒体关于反对转基因的报道持何态度”的调查显示,50.5%的人“比较相信”和“完全相信”媒体报道;49.5%的人则“不太相信”和“完全反对”,可见,调查中有将近一半的人对于大众媒体的报道持不信任态度。对个案深度访谈的结果,也证明了公众不完全相信大众媒体的报道,主要理由是认为媒体的报道很多时候不客观,没有报道出真相。例如当被问及关于转基因的看法时,个案A(女性,50岁,文化程度高中,退休)提到“媒体的报道杂乱无章,前期一种说法,后期一种说法”。部分大众媒体为了争取受众,经常发布的假新闻,对某事件进行炒

表2 调查基本情况

问题	回答选项	占比/%
是否听说过转基因技术	听说过	81.2
	没听说过	18.8
您知道以下哪些转基因植物	玉米	19.4
	番茄	10.0
	水稻	20.8
	大豆(油)	21.1
	土豆	4.9
	油菜	10.9
当您听到转基因三个字时的第一反应	棉花	10.9
	其他	2.1
	高科技,离我很遥远	12.9
	物种变异,危害人类健康	15.5
	破坏生态环境	6.8
	能改良作物品种,提高产量	24.3
	消除或减少农药对食品的污染	8.8
	有严格的安全论证和监管体系	6.9
	经过科研人员严格试验	11.2
	已在全球多个国家商业化种植	12.7
	其他	1.0

作,从而降低了媒体在公众心目中的形象,影响了公众对媒体的信任度。

(2)政府的监管力度不够。公众对于政府的监管评价不高,有 34.3%的人认为政府的监管力度一般,甚至有 18.5%和 8.2%的人认为政府的监管是不得力和完全缺失的,另外仍有 20.8%的人不清楚政府的监管是否有力。可见,政府在公众的心目中并没有树立良好的形象,使得公众对转基因生物技术及食品的风险一直保持怀疑与担忧的心理。

2. 来自传播内容的障碍

(1)转基因专业术语公众难以读懂。转基因生物科技具有很强的专业性。在转基因生物科技传播中,专业术语的运用影响了公众的认知,以致公众无法准确理解所传播的信息。比如水稻转基因技术中使用的专业术语“BT 蛋白酶”,非专业人士或文化程度不高的公众并不了解什么是蛋白酶,由此便产生了传播的断裂。正如调查中“人们对转基因的第一反应”所显示的结果,有 12.8%的人认为转基因是“高科技,离我很遥远”。

(2)相关信息传播中的纷杂观点和虚构信息影响受众的判断。根据卡尔·霍夫兰说服理论,报道中的肯定信息和否定信息会影响受众对转基因的认知。可见,传播内容的客观性会影响公众对转基因生物科技及产品的判断和认知。事实上,转基因一直都是一个备受争议的话题,从相关报道中既可以看到转基因技术发展的最新成果及其应用前景的肯定性信息,也有来自 NGO 组织、持反对意见专家以及一些案例事件的否定性信息,同时也有以政策报道、事实描述、专家观点陈述为主体的中立信息的报道。可以说,当前我国对于转基因的观点纷繁复杂,甚至还有虚构的信息,使得转基因生物科技的传播阻碍重重。

3. 来自传播途径的障碍

(1)专业期刊的受众面较窄。我国转基因生物科技和相关专业性学术的研究成果主要是通过期刊杂志以论文的形式发表,而订阅该类专业期刊杂志的一般是研究机构或专业研究人员。由于专业期刊受众面窄,普通受众不会通过购买或订阅专业性杂志阅读获取相关转基因生物科技信息,而是通过大众媒介获取转基因的相关信息 and 事件报道。

(2)公众对转基因产品尤其是食品的态度易受

到人际关系传播的影响。问卷调查显示,7.3%的受众了解转基因是通过他人介绍,在访谈调查中发现,公众极易受到周围人的影响,尤其是熟人的影响。例如个案访谈 B(女性,45~59 岁,高中文化程度,家庭妇女),当问及是否了解转基因时,受访者回答“听说过,但并不清楚”;问及是否愿意购买转基因食品时,受访者表示并不排斥。但当有其熟人在访谈过程中告诉受访者说:“转基因食品不能吃,是有危害的”,该受访者立即改变态度告诉我们“转基因是有害健康的食品啊,那我肯定不会去购买了。”可见,公众对转基因的态度易受到人际传播的影响。

(3)受众使用媒介的偏好影响对转基因生物科技及产品信息的获取数量和速度。根据调查数据可知,公众了解转基因生物科技的信息一般来自于大众媒介,包括电视、报纸、书刊杂志和互联网络。其中通过电视渠道了解相关信息的人数最多,占 25.7%。由于网络的互动性特点,公众能够参与信息的发布中,因此,网络也逐渐成为了信息的主要传播媒介,其使用人数占 21.9%。但据调查发现,不同年龄阶段的人群对转基因信息的获取渠道和方式有差异。对于 44 岁以下的年龄层来说,互联网成为其主要信息媒介;而对 45 岁以上的年龄层来说,报纸是其主要的信息渠道。对于新媒体,年轻阶层使用更广泛。所以不同年龄阶层对媒介选择的不同也会导致转基因信息获取速度和数量的差异。

4. 来自传播受众的障碍

(1)公众对转基因生物科技的认知程度较低。通过调查发现,大多数受众听说过“转基因”,但多数受众仅仅听说过“转基因”这个专有名词,对转基因的相关信息并不了解,更不清楚哪些是转基因生物。在访谈调查中,当问到“了解目前市场上哪些转基因食品的种类”时,公众提及最多的就是大豆(油),同时问卷调查的结果也显示,对于“您知道以下哪些转基因植物”,选择大豆(油)的占了 21.1%。由于大豆(油)是人们生活频繁接触的食品,公众比较关心也相对清楚。另外,从深度访谈个案中发现,除了日常购买比较频繁的食品,公众对其他转基因生物科技或食品却并不了解。例如个案 D(男性,18~28 岁,文化程度研究生及以上,政府机关,事业单位工作),在回答了解哪些转基因食品种类时,提到了“太

空椒”。事实上,太空椒所利用的技术是遗传性基因突变,而转基因技术与基因突变在本质上是不同的。可见,公众对于到底什么是转基因生物科技或产品仍十分困惑。

(2)公众对转基因生物科技及产品的认知受文化程度与年龄因素的影响。通过对调查问卷中的“文化程度”“年龄”分别与“您是否听说过转基因技术”选项做相关分析得出文化程度,年龄与转基因技术的认知之间存在相关关系(P 值 $=0.00<0.05$),并且从“文化程度”与“您是否听说过转基因技术”的交叉列表中发现初中以下没听说过转基因技术的人数有551人,而听说过的只占358人,明显少于没听说过转基因技术的人数。从年龄因素看,18岁以下公众中听过与没听过转基因技术的人数所占比例相差不多,而18~44岁之间的被调查者与45~59岁的被调查者听过转基因技术的人数明显超过没听过的,18~44岁年龄段的听过转基因技术人数约占该年龄段的92%,45~59岁间的听说过转基因技术的人数约占该年龄段的79%。60岁以上的老年人中,没听过转基因技术的人数所占比例又多于听说过的。

四、结论及建议

1. 结 论

从传播主体看,公众普遍不信任政府与媒体。在公众的心目中,政府尚未有效地承担监管、评估与信息公开的责任,而媒体的报道失实与炒作都使得公众对转基因生物科技及产品的风险一直保持怀疑与担忧;从传播内容看,由于转基因相关传播内容的较强专业性,对于普通公众而言,并没有达到预期的传播效果,转基因信息内容的肯定性报道与否定性报道也影响了受众对转基因的态度;从传播渠道看,专业期刊的传播面较窄,受众的媒介使用偏好也影响了转基因信息传播中受众获取信息的数量与速度;人际传播可能影响受众对转基因产品尤其是食品的态度;从传播受众看,受众对转基因的认知程度普遍较低,而且其认知程度受到来自受众自身文化水平的制约及年龄的影响。

2. 建 议

(1)增强传播主体的公信力,建立专门的交流平台。就转基因生物信息的传播主体而言,具有公信

力的依次是专家、政府、公益组织和大众传媒,但是这些传播主体尚未充分发挥其作用,目前公众对转基因生物科技的认知还相当模糊。公众就政府对转基因生物的风险监管力度的认可度很低,其中相当一部分受众对政府的监管并不清楚,说明政府监管在信息沟通方面存在一定的缺陷,因此政府应增强传播意识,积极与公众沟通。受众对专家最为信任,有了解转基因的强烈愿望,且极容易受到来自大众媒体的信息的影响,因此,专家需要充分发挥作用,主动借助大众媒体更加及时、广泛、通畅地发布相关信息。相关传播主体在转基因信息传播的过程中分别扮演不同的角色,各自拥有自己的优势,其中专家拥有专业知识且公众非常信任,政府代表官方的声音,公益组织有其公共性。大众传媒应该创造一个客观、开放的媒介环境,为专家、政府和公益组织提供更加有效的平台,促使各传播主体增强传播意识,发挥各自优势,使不同方面的观点得到充分传播,使受众能够对转基因有更加全面的了解。转基因备受争议,否定性信息对公众的态度影响更加显著,与之有关的突发事件有很强的影响力,因为突发事件往往是社会舆论关注的热点和焦点,也是媒体竞争的着力点。突发事件具有突发性、难以预见性和不确定性,因此传播主体需要提前建立完善的突发事件应对机制,能够在第一时间对突发事件进行关注,并且选择合适的传播媒体和公众进行沟通。

(2)提供客观易于受众充分理解的传播信息。在转基因生物科技的传播过程中,肯定性信息主要集中于报道我国粮食生产的紧缺,传统农药、化肥过多的使用所造成的生态环境威胁,介绍转基因技术的应用前景、国家战略,以及借鉴国外相关政策等,以此引导公众科学、理性的认识;否定性信息则主要集中于转基因技术的健康风险和环境风险、专利权被国外控制等方面。研究显示,不同性质的信息对公众的影响显著。因此,关于转基因生物科技及产品的风险传播必须具备一定的沟通理性,在传播内容上应提供更加充分、客观的信息,如转基因技术知识、转基因技术风险背景,使得转基因技术成为公众议题,并使各参与团体对其风险有所知觉。只有这样,转基因生物科技及产品才能真正得到理性、民主、开放的风险传播,才能促使公众对此具有争议性的新生事物有更多的了解和理解。

不容忽视的是转基因生物科技信息的传播方式应通俗明了,易于理解,过于专业的术语会阻碍受众对转基因信息的获取,因此在对受众的普及与传播中应避免过于专业的学术术语,而是用比较形象的图示语言进行信息传达。另外,传播时要注意叙事策略的选择。例如,广为流传的有关于转基因农作物“虫子都不吃,那人就更不能吃了”的信息,其遵循的是叙事逻辑,强调故事的合理性,具有很强的说服力。比较而言,大众媒体关于转基因生物科技的肯定性信息则更多地遵循了科学逻辑,学术性有余而通俗性不够。因此,如何将科学的语言转化成大众的语言,尽可能地减少沟通过程中的信息扭曲和传播障碍,需要传者与受众的共同努力。

(3)发挥新媒体的开放互动优势,形成传播合力。当今时代,新媒体层出不穷,媒介环境已经发生改变,转基因信息的传播途径应针对受众的媒介使用偏好进行调整,充分利用各种传播媒介,从而保证信息的广泛传播。传统大众媒介在信息沟通中仍然发挥着极其重要的作用,转基因相关的信息需要利用传统媒体广泛的影响力。网络媒体为公众深入的沟通与交流提供了平台,使得公众参与其中,政府、专家也应该利用网络媒体的优势与公众公平公开地进行沟通。博客、微博、微信、APP 等新的媒介形式都需要加以利用,通过公众熟悉和喜欢的的媒介形式可增加沟通的亲合力,使公众能够走近转基因。在与公众进行转基因生物信息沟通的过程中,充分发挥传统媒体和新媒体的作用,促使各种传播媒介形成合力,最终使得受众能够积极参与对转基因生物科技及产品信息沟通的过程中。

重视大众传播、组织传播、人际传播等多种传播方式的结合。在转基因信息的传播过程中,尤其要重视意见领袖。意见领袖一般是社会群体中有威望、有号召力、凝聚力、带动力的人,如专家学者、社会名流、或掌握权力的人等。由于转基因具有争议性,所以意见领袖对公众的态度起着重要的影响力,意见领袖对转基因的关注和态度将会影响更多的人对转基因的关注甚至改变态度。因此,可以开展培训讲座等活动对某个社交圈子中作为意见领袖的人员进行信息传播,为其提供了解、质疑、沟通的交流平台。

(4)与受众进行平等沟通,重视受众反馈。沟通的前提是双方能够平等且互相尊重,与受众相比,政府、专家、大众传播等传播主体了解的信息更多,对转基因更具发言权。然而,目前部分传播主体对公众的意见置若罔闻。公众对转基因越不了解,政府、专家等传播主体就更有责任与受众耐心沟通,解答受众的疑惑,听取其意见。同时,在尊重的基础上才能进行有效的沟通。不同的媒介平台对转基因有不同的认识和态度,无论是积极的还是消极的、肯定的还是否定的,都应使其充分展现出来,让公众了解到不同的声音,从而保证公众在充分了解的基础上进行判断并形成自己的态度。

转基因生物科技及产品的传播过程,是一个“风险”的互动过程,表现为政府、专家、社会团体、企业和公众之间围绕风险信息进行交流与沟通。而目前更多的是一种单向、静态的传播过程,无论是政府、专家的信息发布,还是大众媒体的传播,都尚未给予公众反驳权利。这种单向性信息传播模式缺乏生命力和凝聚力,违背了新闻传播的题中应有之意,只有能够吸引受众积极参与,并提供开放的交流空间,才能真正实现具有吸引力、创造力的双向信息互动,才能构建良好的转基因生物科技及产品的风险交流平台。当然,这离不开社会各界科学精神与媒介素养的提升。

参 考 文 献

- [1] 胡浩,林礼耀,梁龙明,等.现阶段消费者对转基因食品的认知及购买意愿分析——基于对南京市消费者的调查[J].消费经济,2006(1):44-46.
- [2] 彭光芒,尤永,吕瑞超.转基因食品信息对个人态度和行为影响的实证研究[J].华中农业大学学报:社会科学版,2010(3):13-18.
- [3] 张楠.转基因食品信息大众传播渠道研究[D].武汉:华中农业大学文法学院,2010.
- [4] 吕瑞超.转基因食品信息推广中的传播渠道可信度研究[D].武汉:华中农业大学文法学院,2010.
- [5] 马小平.转基因食品传播推广中的文化障碍[J].文化纵横,2010(3):69-70.
- [6] 贾鹤鹏.转基因:传播到决策[J].生命科学,2011(2):226-229.
- [7] BIOCCA M. Risk communication and the precautionary principle[J]. Human and Ecological Risk Assessment,2005(11):261-266.
- [8] VINCENT C, STEVEN W. The seven cardinal rules of risk

communication[J]. Water Environment & Technology, 2003 [9] 方雪琴. 论新兴媒体背景下的风险传播[J]. 当代传播, 2009 (1):1-3. (1):23-24.

Obstacles and Countermeasures of GM Biotechnology and Products from the Perspective of Risk Communication

JIN Yan, SHEN Ji-si

(College of Humanities and Social Science, Huazhong Agriculture University,
Wuhan, Hubei, 430070)

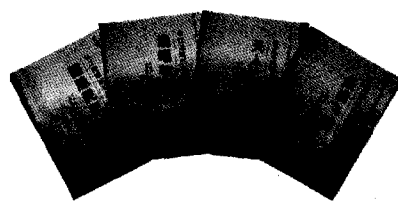
Abstract The research of transgenic technology has gradually formed a certain scale. But actually the popularization of transgenic technology has been set with difficulties, which frustrated scientists of this field and additionally failed to convince the public. It's an extremely urgent task to popularize transgenic technology. Based on data attained from questionnaires and interviews, this paper analyzed the obstacles and causes for the popularization of transgenic technology in terms of social environment and communication elements from the perspective of risk communication. It further proposed to strengthen the public reliability of biotechnology and products, establish specialized communication platform, provide objective and easy-understood information, exercise interactive advantages and concerted efforts of new media, communicate with the public equally and put emphasis on public feedback.

Key words transgenic; biotechnology and products; risk communication; communication obstacles

(责任编辑:金会平)

中华长江文化大系之浩淼苍茫系列丛书简介

由华中农业大学文法学院萧洪恩教授团队编著、长江出版社出版的中华长江文化大系之浩淼苍茫系列丛书于2014年4月面世。作为我国首部长江流域农业专史,它的出版凝聚了华中农业大学的研究人员对研究中华民族悠久深远的农业发展史、特别是长江流域这块富饶土地上农业发展脉络所付出的心血,标志着华中农业大学的学者团队在长江流域农业史研究领域取得了突破性进展。



作为国家级大百科历史文化重点出版工程《中华长江文化大系(二)》的开篇大作,萧洪恩教授及其团队所编著的中华长江文化大系之浩淼苍茫系列丛书共有4册:《国脉民天》《渔唱牧歌》《天人之镜》《绿浪飞波》,分别从农耕文明、丰饶鱼牧、林海莽原及生态世界的角度,以人文历史的宏大视野和生动精炼的文字全方位地展示了鲜活详尽的长江流域悠久的农业发展史。整套丛书立足大长江流域农业发展的脉络,融合了学术性与趣味性,做到了博大精深与雅俗共赏,适合全面阅读。读者能够在阅读中饱览一条奔腾不息、生机盎然的文化长江,品味一部波澜壮阔、千秋弥香的长江流域农业发展史。此次出版的中华长江文化系列丛书全面、系统地展示了长江文化,挖掘和提炼了长江流域深厚的文化底蕴和特质,而萧洪恩教授领导编著的浩淼苍茫系列作为中华长江文化大系的开篇之作更是填补了我国长江流域农业专史研究领域的空白,为后来者的学习提供了完善的素材,为今后农业专史方面的研究打下了坚实的基础。